

流氓弹窗广告 正在霸凌老年人



在林森眼中,手机是73岁的奶奶望向世界的窗。只是这扇窗并不总是明亮,有时垃圾堆积如山。她的奶奶刘惠琴是一名退休工人,生活在陕西渭南一座小县城,自从七八年前老伴去世后,一直独居。

日子缓慢而重复。她渐渐习惯了用手机打发无聊的时光。上了年纪以后,刘惠琴的睡眠总是断断续续。她在夜里猛地醒来,身周万籁俱寂,她一翻身,摸索着将枕边的手机屏幕点亮,看看时钟,接着打开那集短剧,接上了入睡前的剧情。

几分钟后,毫无预兆地,一则广告弹了出来,霸

占整个屏幕。

剧情戛然而止。刘惠琴眯起眼,手指在屏幕上胡乱戳点,却怎么也对不准那个小小的“x”键。很快,在一次误触之后,陌生的应用开始攻陷她的手机。夜,被拉得更漫长了。

每当在外地上大学的林森回家,都会在奶奶的手机里,翻出几十个从未被打开过的应用图标。在与这些顽固弹窗“搏斗”时,她感到,老人们在算法的凝视下,成了被系统算计和收割的对象。

“垃圾广告培养皿”

刘惠琴的第一部智能手机是女儿在2021年送给她的生日礼物,大约两千元左右,她嘴上没说过多喜欢,但心里头高兴。

林森很高兴奶奶能有更多消遣的方式。以前她只能守着央视晚上的黄金时段看电视,剧情一断档就跟不上,她也不会用电视点播功能,只能被动换台。有了智能手机之后,她的选择也多了。

老人们不约而同地用手机延续着年轻时的喜好。家住苏州的程程,85岁的爷爷年轻时曾是后勤兵,喜欢看书报,关注时政新闻。如今,程程教他用手机看免费小说,用新闻APP看时事。

但这些老人们最常用的软件,却在悄悄背刺他们。

他们的悠闲时光,总是不

断地被手机广告弹窗打断。短视频、免费小说、新闻APP、养生APP、小游戏、天气预报……平时看起来安静的图标们,不动声色地控制着手机的后台,悄悄吐出一个个弹窗。

它们十分善于伪装。刘惠琴手机上出现的弹窗,常显示“手机内存已满,请立即清理”,她真的会信,哪怕手机内存占用还不到一半,她也会点进去,莫名下载一堆软件。

有一次,刘惠琴指着手机上的弹窗对林森说:“你看,它说给我送100块钱,让我速领”。林森赶紧提醒这些都是骗局,但奶奶的眼神里还带着一丝期待,把手机往前一凑,让她看仔细些,盼着孙女改口说一句“是真的”。

为了防止被骗,程程特意给爷爷开了老年模式,桌面只留几个常用的APP。但内嵌的广告仍如陷阱,爷爷总是不慎点入,很快,连续几屏刷过去,全部沦陷于自动下载的垃圾软件。

还有更多不为人知的尴尬时刻,不少人在社交平台分享这样的经历:老人们独自去银行、医院或乘公交、地铁时,正在排队扫码,手机却突然“抽风”起来疯狂弹屏。他们在人群注视下,从手足无措到面红耳赤,怎么也无法驯服这头不听话的电子怪兽。

子孙大战“弹窗癌”

与老人们的茫然无措相比,那些凭空跳出的广告弹窗,在他们的子孙辈那里,则引发了一场漫长而疲惫的“攻防战”。他们有的定期检查老

人的手机,进行一番大清扫,有的在各个平台查找攻略,试图从根源解决问题。

对林森而言,每次回家帮奶奶清理手机,已成一项心照不宣的固定流程。删除垃圾软件本身并不复杂,真正的消耗在于那种看不到尽头的重复。她需要更多的耐心,一遍遍告诉奶奶如何识别关闭按钮,如何返回,如何对那些“送钱”“中奖”的弹窗视而不见。她最怕老人被骗,总要搜罗最新的诈骗案例,从AI变声到换脸,掰开揉碎地讲解……但最终效果有限,隔不久,那些“杂草”又长得郁郁葱葱了。

年轻人成了老年人使用手机遇困时的救命稻草,常常走在路上,就有陌生的老人忽然叫住他们,希望帮忙查看一下手机。

而生活在一栋老家属楼里的吴可,更是成了楼上楼下老人的专属“手机顾问”,爷爷奶奶们遇到手机问题,总爱来找她帮忙。11月初,楼上老爷爷敲门求助,手机已被广告“连环炮”淹没,关掉一个,下一个瞬间弹起。

她费了好大劲才清理掉七八层广告。检索一番后,她发现一个商城软件有最大嫌疑,正想把它卸掉,但这位老爷爷连忙阻止:“这个能刷视频攒积分,以后用积分去商城换东西”。

吴可点开一看,心下黯然——所谓视频根本加载不出,老人每天看的,全是广告。那些不断累积的金币数字,永远无法兑换任何商品,整个软件根本没有做后端,只

是一个精心设计的空壳子。

她无奈地说,这位老爷爷七八十岁,是一位退休的大学英语教师,可照样在智能手机软件的套路面前栽了跟头。

谁卖了老人的画像?

吴可不知道的是,给老人投放广告的人,远比她想象的复杂。

网络安全专家王震表示,老年人爱用的免费软件,之所以免费,就是因为里面嵌入了广告模块。每打开一次,广告就会弹出来,开发者就能赚几分钱,有些广告甚至在关闭软件后还会通过通知栏继续打扰。

王震说,这些广告之所以能精准地找到老年人,背后有一套极其高效的自动化系统在运作。比如一位老年女性用户打开一款天气预报应用,就在这一瞬间,她手机里的广告模块已经将她的设备信息上报。系统在不到0.1秒内,就能根据她的手机型号、字体大小、使用习惯等特征,给她贴上标签:“老年人”“关注健康”……紧接着,一场隐形的拍卖开始了——卖保健品的、卖理财的广告主会根据这个画像实时出价,争夺这次广告展示机会。最终,出价最高的就会出现在这位老人的手机上。整个过程只是一眨眼的工夫。

事实上,2021年发布的《互联网网站适老化通用设计规范》和《移动互联网应用(App)适老化通用设计规范》明确规定,适老版界面、单独的适老版App中严禁出现广

告内容及插件,也不能随机出现广告或临时性的广告弹窗。同时,移动应用程序中应无诱导下载、诱导付款等诱导式按键。

为了帮助长辈们更清爽、安全地使用手机,各大手机厂商也在系统层面做了相应努力。多家手机厂商推出长辈关怀、纯净模式、极简模式,但最终效果有限。

“因为移动互联网‘免费+广告’的商业模式没有改变”,王震说,免费应用需要靠广告盈利,而广告主会不断寻找拥有大量闲暇时间、数字防范意识相对薄弱的老年群体。

最近,林森开始琢磨用奖学金给奶奶换一部新手机。她希望新机字体大一点、再大一点。她还希望手机能与手电筒相结合。不是单纯的“手电模式”,而是有个实体按键,滑动就能开关手机上的闪灯。

当然最重要的是,杜绝一切弹窗广告,还老人清净的使用体验……林森把需求列得十分精细,但市面上却找不到一款满足这些需求的老年人手机。她曾给奶奶买过专门的“老人鞋”,虽然质量不见得多好,但她觉得“人家至少在营销上考虑到老年人的需求”。

“而那些所谓的‘老人机’‘老年模式’,大多只是把智能手机的功能简化,加几个快捷按钮罢了。”她说。

吕银玲



网友晒出老人手机APP“霸屏”图片